# Plaats je site in de schijnwerpers

# Binnen zonder kloppen

Je hebt een leuke webstek gebouwd, maar er komt nauwelijks iemand over de vloer? Clickx is je redder in nood: in deze workshop bezorgen we je handige tips, tools en technieken om meer bezoekers aan te trekken. CEDRIC MESKENS




**WAT DOEN WE?**
- ALLERLEI OPTIMALISATIES DOORVOEREN OM MEER BEZOEKERS NAAR ONZE SITE TE KRIJGEN

**WAARMEE?**
- VOORNAMELIJK EIGEN INZET (EN HIER EN DAAR EEN TOOLTJE OF SERVICE)

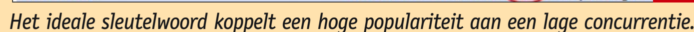
**HOELANG?**
- HOE LANGER, HOE BETER

**MOEILIJKHEID?**
★★★☆☆

De lancering van je gloednieuwe site heb je natuurlijk met grote trom bij al je vrienden en kennissen aangekondigd. Die zijn – beleefdheidshalve – even binnengewipt, maar kort daarna is je bezoekersteller gestokt! Wil je ook onbekende bezoekers kunnen aantrekken, dan moeten die natuurlijk wel eerst je site weten te vinden. De beste garantie daarvoor is een hoge rangschikking bij populaire zoekmachines als Google, en dat lukt het vlotst met een geoptimaliseerde site. Wat je daaronder precies moet verstaan, lees je in deze workshop. Het kan best zijn dat je daarvoor een deel van je webpagina's moet aanpassen. Zie je daar tegenop, sla dan desnoods de eerste vier stappen over. De belangrijkste voorwaarde voor succes willen we echter nu al kwijt: zorg voor een aantrekkelijke site met degelijke content. Zoekmachines, en met hen ook menselijke bezoekers, weten je stek dan wel te vinden!

## STAP 1 / SLEUTELWOORDEN ZOEKEN

Geïnteresseerde bezoekers krijg je alleen over de vloer als ze op jouw site vinden wat ze verwachten op grond van hun ingetikte zoekwoorden. Het komt er dus allereerst op aan je webpagina's op zulke relevante zoektermen af te stemmen. Stel, je hebt een site rond filatelie opgebouwd. Nu zou je op je webpagina's bijvoorbeeld vooral de sleutelwoorden filatelie of postzegels kunnen opnemen. Het probleem is echter dat deze sleutelwoorden bij een zoekrobot als Google al immens veel zoekresultaten genereren (respectievelijk zo'n 1,4 en 11 miljoen), zodat het wel erg lastig wordt om hiermee in de topresultaten te verschijnen. De kunst is dus naar sleutelwoorden te zoeken die én populair zijn (lees: veel worden ingetikt in zoekrobots) én niet te veel hits (lees: weinig concurrentie) opleveren. Dat mogen gerust ook termen zijn die uit twee of zelfs drie woorden bestaan. Een tip voor onze filatelist: de zoekterm postzegels ruilen levert nauwelijks 2.000 resultaten op, en lijkt ons toch een niet onlogische zoekterm voor postzegelliefhebbers (zie afbeelding 1). Het is echter niet zo eenvoudig uit te vissen hoe populair een bepaalde zoekterm is. Een degelijke service die je hierbij kan helpen, is Wordtracker www.wordtracker.com. De dienst is niet gratis, maar je kan hem wel eerst even uitproberen.




*Het ideale sleutelwoord koppelt een hoge populariteit aan een lage concurrentie.*

## STAP 2 / SLEUTELWOORDEN PLAATSEN (1)

Heb je eenmaal beslist rond welke (combinatie van) sleutelwoorden je een of meer webpagina's wil opbouwen, dan komt het er op aan die termen optimaal te plaatsen op je pagina's. Een goede frequentie is alvast belangrijk... 100 keer na elkaar 'postzegels ruilen' op je pagina plaatsen, is bijvoorbeeld geen goed idee, aangezien zoekrobots zulke trucjes (ook wel 'keyword stuffing' genoemd) kunnen afstraffen met een slechtere resultatenrangschikking! Je doet er beter aan je sleutelwoorden – beperk je trouwens tot een drietal verschillende termen per webpagina – op een natuurlijkere wijze in je tekst op te nemen. Mik hierbij op een 'densiteit' van maximaal 5 procent. Anders gezegd: zorg dat gemiddeld 1 op minimaal 20 woorden op je pagina een sleutelwoord is. Een handig hulpmiddeltje hiervoor is de gratis dienst www.keyword-

Keyword Density .com

Keyword Density Results

Word density of postzegels ruilen:

| http:// ... .nl | | | | http://www. ... .net | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Keywords | Total | % | HTML | Keywords | Total | % |
| 0 | 3 | 0 | Title | 1 | 3 | 66.66 |
| 0 | 0 | 0 | Meta_Description | 0 | 4 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | Meta_Keywords | 0 | 11 | 0 |
| 0 | 683 | 0 | Visible_Text | 1 | 397 | 0.3 |
| 0 | 5 | 0 | Alt_Tags | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 4 | 0 | Comment_Tags | 0 | 5 | 0 |
| 0 | 2 | 0 | Domain_Name | 0 | 1 | 0 |
| 0 | 481 | 0 | Image_tags | 0 | 293 | 0 |
| 0 | 27 | 0 | Linked_Text | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | Option Tags | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 30 | 0 | Reference_Tags | 0 | 182 | [illegible] |
| 0 | 1233 | 0 | Total | 2 | 898 | [illegible] |

2

*Controleer de densiteit van je sleutelwoorden.*

density.com: hier kan je een zoekterm en twee webadressen intikken – één van jezelf en één van een concurrent bijvoorbeeld. De tool vertelt je dan waar en hoeveel keer de zoekterm op die pagina's voorkomt (zie afbeelding 2).

## STAP 3 / SLEUTELWOORDEN PLAATSEN (2)

Niet alleen de frequentie van de sleutelwoorden is van belang. Zowat alle zoekrobots houden daarnaast ook rekening met waar op je pagina's deze termen precies voorkomen. Een erg belangrijke locatie is alvast het web-adres of url zelf. Het adres www.postzegels-ruilen.be – volgens www.istnogvrij.be nog een beschikbare domeinnaam, trouwens (zie afbeelding 3) – zal normaliter beter scoren dan www.mijnsite.be/postzegels-ruilen.htm, maar dit laatste adres is toch nog stukken beter dan een nietszeggend adres als www.mijnsite.be/pagina1.htm. Zorg er ook voor dat je een of meer sleutelwoorden opneemt in de titel van je webpagina (of in html-speak: binnen de <title>-tags). Andere locaties van gewicht zijn de tussenkopjes (in html heading-tags genoemd, zoals <h1> en <h2>). Neem bij voorkeur slechts één <h1>-tag op in je pagina, en gebruik ook <h2>-tags niet meer dan een paar keer. Voor de rest zorg je ervoor dat je sleutelwoorden ook frequent genoeg voorkomen in de normale, leesbare tekst, het liefst op de eerste 10 regels van je pagina. Bevat je pagina plaatjes, tracht dan waar mogelijk een sleutelwoord in de beschrijving van zo'n plaatje (<alt>-tag) te stoppen. Neem ten slotte ook enkele sleutelwoorden op in de zogenoemde metatags van je webpagina, met name bij <meta name="keywords"> en <meta name="description">. Beperk het totale aantal sleutelwoorden bij 'keywords' tot circa 15.



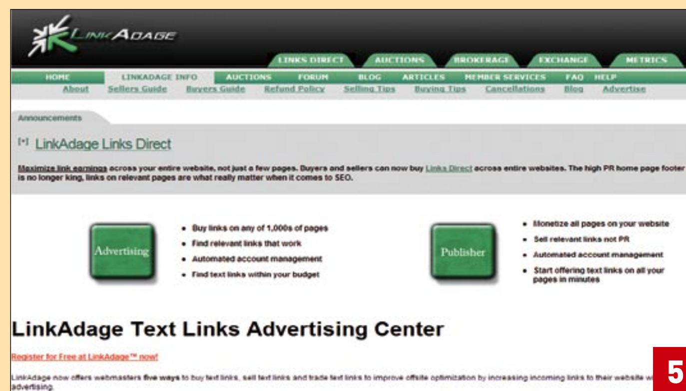
*Een domeinnaam met je sleutelwoord maakt altijd indruk (op zoekrobots).*

## STAP 4 / SITESTRUCTUUR OPTIMALISEREN

De opbouw van je webpagina's en eigenlijk van je hele site is ook erg belangrijk. Het gebruik van frames, waarbij verschillende webpagina's elk in een apart venster tegelijk in je browser te zien zijn, kan er bijvoorbeeld voor zorgen dat zoekrobots niet tot bij de andere pagina's uit je website geraken, zodat die niet geïndexeerd worden. Vermijd ook zoveel mogelijk het gebruik van Flash en Javascript (zoals voor uitklapbare menu's), want zulke code is Chinees voor een zoekrobot. Gebruik je toch Javascript, plaats de code dan zoveel mogelijk binnen de <head>-tags in plaats van in de <body>-tags, of beter nog: plaats het script in een apart bestandje (.js). Verder doe je er goed aan voldoende interne links naar andere pagina's van je site op te nemen, zodat alle pagina's uiteindelijk met elkaar verbonden worden. Om er zeker van te zijn dat zoekrobots alle pagina's kunnen vinden, neem je best een zogenoemde sitemap op, waarnaar je vanuit je hoofdpagina verwijst met een gewone tekstlink. Zo'n sitemap is weinig meer dan een geordende verzameling links naar alle belangrijke webpagina's van je site. Om een idee te krijgen van hoe een zoekrobot je site bekijkt, kan je je webpagina's bij wijze van test even inladen in de gesimuleerde tekstbrowser op www.accessibility.nl/internet/tools/lynxviewer.

## STAP 5 / PR VERZORGEN

Nu je de interne huishouding (sleutelwoorden, pagina- en siteopbouw) op orde hebt gezet, wordt het tijd om je public relations te verzorgen. Je kan alvast beginnen met je link, samen met wat zinvolle informatie, achter te laten op een reeks geestesverwante forums, blogs en nieuwsgroepen – bezondig je echter niet aan spammen! Ga eveneens op zoek naar 'klassieke' websites en stuur de webbeheerder een vriendelijk en gemotiveerd verzoek om een tekstlink naar jouw stek op te nemen. Niet onbelangrijk is de zogenoemde ankertekst ('anchor text') van die link. Voor zoekrobots maakt het wel degelijk een verschil uit of iemand naar jouw site linkt met de tekst "Klik hier" dan wel met een meer informatieve tekst als "Hier kan je postzegels ruilen". Probeer de webmaster dus voorzichtig te overtuigen om een sleutelwoord in de linktekst op te nemen. De neiging is wellicht groot om veelvuldig naar je site te laten verwijzen door een zogenoemde 'linkfarm': een sitegroep die op een onsamenhangende manier naar talloze andere pagina's uit dezelfde groep verwijst. Zoekrobots houden echter niet van zulke verwijzingen. Veel beter is het om je link in een relevante site met echte inhoud te laten opnemen ('in content links'). Die kan je vinden door je eigen sleutelwoorden in een zoekrobot in te tikken en uit de resulterende hitlijst te putten. Met wat geluk vind je wel enkele sites bereid naar jouw stek te linken (zie ook afbeelding 5).



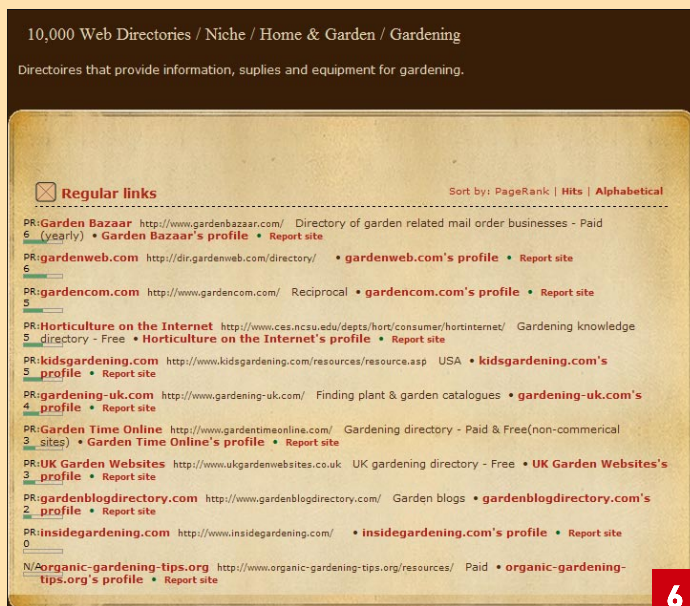
*Er bestaan ook commerciële diensten die je aan links helpen...*

## STAP 6 / ZOEKROBOTS & WEBGIDSEN SELECTEREN

Heb je je link overal (nu ja...) rondgestrooid, dan is het maar een kwestie van tijd vooraleer ook zoekrobots je site weten op te pikken. We raden je echter aan daar niet op te wachten, en zelf je site rechtstreeks bij een aantal belangrijke zoekrobots en webgidsen (ook wel webdirectories of indexen genoemd) aan te melden. Op www.web-directories.ws vind je alvast een indrukwekkende lijst met circa 10.000 webgidsen. Via de sitemap kan je gerichter zoeken en je bijvoorbeeld beperken tot de gratis diensten of tot thematische nicheservices. Klik je hier bijvoorbeeld op Gardening, dan krijg je een tiental webgidsen rond tuinieren te zien (zie afbeelding 6). Jammer genoeg zijn de meeste sites internationaal georiënteerd – België ontbreekt bijvoorbeeld in de regionale afdeling, Nederland telt een schamele vier sites. Wel handig is dat bij nagenoeg elke site de PR (Page Ranking) van Google staat vermeld: hoe hoger deze PR, hoe meer gewicht je eigen stek (bij Google) krijgt als zo'n site naar jouw geesteskind linkt. Hou je bij het aanmelden netjes aan de richtlijnen van de zoekrobot of








*Webdirectories bevatten ook tal van niche webgidsen.*

webindex en wees geduldig: het kan gerust enkele weken duren vooraleer je aanmelding verwerkt is.

## STAP 7 / (BIJ GOOGLE) AANMELDEN

Bij wijze van voorbeeld tonen we je hoe je te werk gaat om je site aan te melden bij de belangrijkste zoekrobot: Google. Surf naar www.google.be en klik achtereenvolgens op **Alles over Google** en op **URL toevoegen/verwijderen.** Bij **URL** tik je het webadres van (de hoofdpagina van) je site in, inclusief http://. Let op voor tikfouten, want Google geeft je hiervan geen melding! Het veld **Opmerking** kan je leeg laten. Vooraleer je op de knop **URL toevoegen** drukt, moet je wel eerst nog de captcha overtikken, zodat Google weet dat je een menselijke bezoeker bent. Rechts tref je ook nog een lokkertje aan voor Google AdWords. Heb je wel wat centjes veil voor de promotie van je site, dan kan je eventueel deze service overwegen. Bezoekers van Google kunnen dan een opvallendere link naar jouw site te zien krijgen wanneer ze een specifieke zoekterm hebben ingetikt.

## STAP 8 / TOOLS GEBRUIKEN

Meen je het serieus met de promotie van je site bij Google en schrikt enig sleutelwerk je niet af, dan heb je aan de Google Webmaster Tools een nuttige én gratis gereedschapset. Surf naar https://www.google.

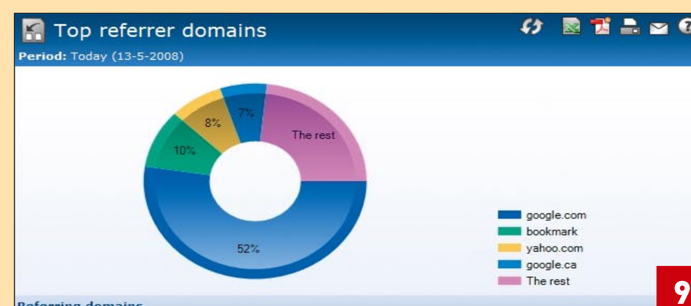



*Google is op enkele onvolkomenheden gebotst: werk aan de winkel dus!*

com/webmasters/tools en meld je aan met je Google-account. Vul je webadres in bij **Sites** en bevestig met **Add Site**. Vervolgens druk je op **Verify** en kies je (bijvoorbeeld) **Upload an HTML** file. Zodra je het gevraagde html-bestand naar de rootmap van je site hebt geüpload, bevestig je met de knop **Verify**: hiermee geef je te kennen dat jij inderdaad de webbeheerder van deze stek bent. Gelukt? Dan vind je in het linkermenu een hele reeks interessante tools en services (zie afbeelding 8). Zo kom je bij **Diagnostics** onder meer te weten op welke fouten de Googlebot eventueel is gebotst, lees je bij **Statistics** af bij welke zoektermen jouw site in de eerste 20 hits is opgedoken en/of de link naar je site effectief werd aangeklikt, verneem je bij **Links** welke externe sites naar je eigen webpagina's doorlinken en welke interne links je in je eigen site hebt voorzien, en biedt de rubriek **Tools** nog enkele extraatjes aan voor de gevorderde webbeheerder.

## STAP 9 / TELLER PLAATSEN

Om te weten hoe goed je site boert, is een bezoekersteller onmisbaar. Nu kan je wel een simpel tellertje op een of meer pagina's plaatsen, maar je hebt veel meer aan diensten die je bijvoorbeeld ook meedelen van welk land je bezoekers afkomstig zijn, vanaf welke webpagina ze op jouw site beland zijn (de zogenoemde 'referer' of 'referring page'), hoelang ze op bepaalde pagina's gebleven zijn en vanaf welke pagina ze je stek weer verlaten hebben. Een goede en gratis dienst is alvast Google Analytics www.google.com/analytics, hoewel die eerder op commerciële sites mikt. Een andere degelijke en gratis service voor webstatistieken is OneStat Basic www.onestat.com (zie afbeelding 9). Op http://tellertest.com vind je in elk geval een becommentarieerde lijst van meer dan 50 tellers en diensten voor webstatistiek, inclusief Nederlandstalige en gratis exemplaren. In Clickx 172 presenteren we je trouwens een workshop over Google Analytics.




*OneStat vertelt je ook van waar je bezoekers komoen.*

## STAP 10 / NIET OP JE LAUWEREN RUSTEN

Na ettelijke uren zwoegen en weken wachten wordt je geduld beloond: je siteteller schiet de hoogte in! Maar dat is niet het einde van het verhaal... Zoekrobots kloppen namelijk regelmatig aan bij je site, en weten het absoluut te smaken als je je site heel geregeld actualiseert. Probeer je belangrijkste pagina's dus vaak – en met zinvolle inhoud – te updaten. Hoed je er echter voor succesvol geïndexeerde pagina's te hernoemen: doe je dat toch, dan dreigen die pagina's – althans tijdelijk – te kelderen in de hitlijsten van zoekrobots. Idealiter ga je ook regelmatig na wat de actuele rangschikking van je webpagina's is met diverse sleutelwoorden (zoektermen). Gaan de resultaten er op achteruit, dan kan een onderzoek van (de broncode van) de websites die beter scoren dan je eigen stek, vaak verhelderend werken: wat hebben zij dat jij (nog) niet hebt? Veel succes! ♦